

Marketing Workshop propojil v Meeting pointu Lipo.in k marketéry s podnikateli. Pomohl jim k cenným aha momentům



29. 07. 2024 13:50

Bezmála třicítka marketérů dala hlavy dohromady a pomohla třem zástupcům regionálního byznysu k několika cenným aha momentům. Tak by se dal charakterizovat průběh červencového Marketingového workshopu, navazujícího na čtvrtý meetup Marketing Café s tématem content marketingu. Obojí v Liberci pořádá Agentura regionálního rozvoje (ARR) společně s Libereckým krajem.

Workshop vedli dva marketéři, opírající se o řadu zkušeností z regionu. „Domácí“ Lukáš Jokl z Agentury regionálního rozvoje získal marketingové ostruhy v České mincovně. Po převzetí novým majitelem se podílel na tvorbě a komunikaci nového brandu jabloneckého výrobce oběžných a pamětních mincí. David Porš přinesl naopak agenturní zkušenost. V regionu v roce 2005 založil a dodnes řídí digitální agenturu SMWORKS. V současnosti se ji snaží posouvat od digitálu směrem k poskytování komplexních marketingových služeb.

„Podstatou setkání je otevřeně diskutovat problémy, které v oblasti marketingu a komunikace pálí tři místní firmy. Zapojit se s názorem mohou všichni posluchači z řad místních marketérů. Vzniká tak pestrá směsice názorů a úhlů pohledu na možná řešení,“ říká Lukáš Jokl z ARR. „V tomto případě jsme se ponořili i do branding a z něho vyplývající strategie. A minimálně u jednoho ze zadavatelů šlo více o konzultace nad samotným produktem, který by chtěl komunikovat do světa. Každopádně byly všechny tři příběhy zajímavé a věřím, že se nám podařilo je správně nasměrovat,“ doplňuje z David Porš z SMWORKS.

Co konkrétního jsme na workshopu probírali?

Mjöl k, architektonické studio Liberec

S prvním zadáním přišli liberečtí Mjöl k architekti, známí pro svůj charakteristický rukopis,

který v minulosti otiskli například do mnohých českých rozhleden. Před nedávnem pak získali prestižní Grand Prix Architektů za realizaci firemního sídla Kloboucké lesní. V jejich hledáčku je momentálně služba, která menším a středním obcím nabízí projekty bytových domů na míru. Vychází z niterné touhy zakladatelů studia kultivovat v Česku veřejný prostor.

Čelí však klíčovým výzvám, jako je ujasnění komunikace směrem k cílové skupině starostů a zastupitelů nebo srozumitelná definice zamýšlených služeb. Zůstává potřeba zachování esence značky, která chce být atraktivní nejen pro města a obce, ale i pro movitou klientelu. Společnou diskusi jsme nesli v duchu zaměření se na způsoby, jak a kde cílovku oslovit a přesvědčit o dlouhodobé vizi a výhodách nabízených služeb.

Glassiteca

Druhé zadání do pléna přinesl zakladatel prvního spin-offu TUL, společnosti Glassiteca. Ta chce inovativním způsobem využít stovky tun odpadního skla a přeměnit jej do podoby unikátní skleněné plastelíny, využitelné například v hydroponii nebo ve stavebnictví.

Zadání směřovalo k byznysové potřebě najít správné partnery a investory i k marketingové komunikaci. Během diskuse jsme se shodli, že technologie má obrovský potenciál. Její tvůrci však stojí před nelehkou výzvou a prioritou by mělo být především správné uchopení produktu a nalezení takových možností jeho využití, které přinesou trhu největší přidanou hodnotu. Na základě toho pak lze postavit funkční marketingovou komunikaci.

Svarog Buildings

Poslední zadání přinesl stavařský startup Svarog Buildings, který nabízí nejvyváženější konstrukční systém pro stavebnictví z lokálních materiálů, jako je sláma a dřevo. Tento systém není závislý na globálních logistických řetězcích, je ekologický a rychle se montuje, což přináší výraznou finanční úsporu. Ideální předpoklady pro stavebnictví budoucnosti.

Hlavní výzvou zadavatelů je dostat technologii k zákazníkům mimo Českou republiku. Dalším velkým oříškem je zbavit potenciální zákazníky strachů a předsudků, které jsou s použitím slámy jako stavebního materiálu spojené. Z diskuse vzešla potřeba zaměřit se především na propagaci tohoto projektu a edukaci v oblastech alternativních stavebních materiálů. Nábojů mají tvůrci opravdu mnoho a podle účastníků diskuze je pohříchu málo využívají.

„Praktickými workshopy chceme řešit konkrétní problémy, ale také propojovat lidi, ať už se jedná o začínající startupisty, zaběhlé podnikatele nebo marketéry. Ze zpětné vazby vidíme, že to má v kraji pozitivní dopad,“ dodává Jiří Ulvr, radní Libereckého kraje pro resort hospodářského a regionálního rozvoje, evropských projektů, územního plánování a rozvoje venkova.

Market/ing Workshop v Liberci byl skvělou příležitostí k setkání, sdílení znalostí a navázání nových kontaktů. Diskuse ukázaly, jak je pro úspěšné projekty důležité jasně komunikovat a mít dlouhodobou vizi.

Těšíme se na vás na příštích akcích a věříme, že si z těchto marketingových aktivit odnášíte vždy něco prospěšného pro své podnikání.

